
A base ontológica das categorias comunicação e trabalho: uma discussão sobre os conceitos

ROSELI FIGARO¹

Resumo: O Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) é um centro de estudos do binômio comunicação e trabalho, cujo objetivo é compreender como as relações de comunicação organizam, constroem e transformam as redes de sentido no mundo do trabalho em permanente mudança. Para nós, comunicação e trabalho fazem parte da ontologia do ser social, ou seja, são o fundamento da formação sócio-histórica da natureza humana; conformam nossa subjetividade. Na perspectiva do materialismo histórico dialético, a ontologia estuda o ser humano, tendo como premissa observá-lo como um ser real, concreto, histórico e dialeticamente constituído no processo da filogênese e da ontogênese. Nossa perspectiva teórica entende comunicação e trabalho como atividades interconectadas e inseparáveis, não há trabalho sem interação social, sem comunicação. A partir dessa premissa, este artigo sistematiza a reflexão teórica, de larga base empírica (pesquisas realizadas no mundo do trabalho em 2001, 2008, 2013), sobre o binômio comunicação e trabalho. Nesse sentido, questionamos as abordagens teóricas – sobretudo a habermasiana – que propugnam a primazia da comunicação em detrimento ao trabalho e se sustentam na argumentação de que o trabalho é uma categoria teleológica, redutora da perspectiva compreensiva da intersubjetividade. Adotando esse mesmo raciocínio, perguntamos: se o trabalho é uma categoria teleológica, ou seja, dirigida por finalidade e racionalidade técnica, quando se define a comunicação com finalidade e possibilidade de categoria compreensiva, cuja materialidade linguística tem em si a finalidade do entendimento, não se configuraria também, com essa proposição, uma teleologia? São essas as indagações que propomos, ao realizarmos a reflexão epistemológica e a discussão teórica dos conceitos comunicação e trabalho.

Palavras-Chave: comunicação e trabalho, ontologia, epistemologia, teorias da comunicação, relações de comunicação

Abstract: The Research Center in Communication and Work is a Center for the study of communication and work, whose goal is to understand how the communication relations organize, build and transform the networks of meaning in the world of work in permanent change. For us, communication and work are part of the ontology of social being, i.e. are the foundation of social-historical formation of human nature; conform our subjectivity. From the perspective of dialectical historical materialism, ontology studies human being, with the premise observe it as a real being, concrete, historical and dialectically constituted in the process

1. Professora doutora do programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP. Coordenadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, CPCT. Email: figaro@uol.com.br.

of phylogenesis and ontogenesis. Our theoretical perspective understands communication and work as interconnected and inseparable activities, there is no work without social interaction without communication. From this premise, this article explores the theoretical reflection, broad empirical basis (research carried out in the world of work in 2001, 2008, 2013), about the binomial and communication work. In this sense, we question the theoretical approaches - in particular the Habermas - that advocate the primacy of communication in detriment to work and hold up on the argument that the job is a teleological category, reductive understanding of intersubjectivity perspective. Adopting the same reasoning, we ask, if the work is a teleological category, that is, directed by purpose and technical rationality, when communication sets with purpose and possibility of comprehensive category, whose linguistic materiality itself has the purpose of understanding, not would set up too, with this proposition, a teleology? These are the questions that we propose to accomplish the epistemological reflection and theoretical discussion of the concepts and communication work.

Keywords: communication and work, ontology, epistemology, communication theories, communication relations

INTRODUÇÃO

A DISCUSSÃO SOBRE uma área de pesquisa é sempre delicada, porque a questão primeira é de definição e de delimitação. Trata-se de, mais uma vez, retomar a discussão epistemológica, ou seja, a reflexão sobre o que é a produção de conhecimento na área da comunicação com o objetivo de colaborar para a produção de conhecimento para superar a propedêutica profissionalizante e avançar no desenvolvimento de arcabouço conceitual e metodológico esclarecedor sobre o fenômeno comunicacional.

Importantes pesquisadores da comunicação participam dessa reflexão epistemológica e têm produzido referenciais que possibilitam progressos em relação ao tema². Seguindo os passos dessas obras de referência, vale retomar algumas de suas discussões com o propósito de preparar a defesa de nosso argumento central, qual seja, o de que a comunicação é uma atividade ontológica do ser social, imbricada à de trabalho, e seu estudo científico nos permite conhecer a dialética transformação da realidade.

Nesse sentido, vale voltar ao debate sobre a relação ciências sociais e epistemologia, nos termos de uma ciência objetiva, tal qual a discussão, reportada por Martino (2003), entre Adorno e Popper, e enriquecida com o que o próprio Martino chamou de “tomada de posição”. Isto é, “certo posicionamento em relação a alguns problemas filosóficos de fundo” (p.70/71), corroborando com o que adverte Ianni (2003) sobre a fundamental relação entre a epistemologia e o ‘fator histórico’, ou seja, o enquadramento temporal e

2. Destacamos apenas quatro trabalhos, entre muitos outros, que merecem ser estudados: Ciência social crítica e pesquisa em comunicação. Trajetória história e elementos de epistemologia, de Francisco Rüdiger, 2002; Epistemologia da comunicação, coletânea organizada por Maria Immacolata Vassalo de Lopes, 2003; Os nomes da comunicação, organizado por Lucrécia D’Alessio, 2012; e A ciência do comum. Notas para o método comunicacional, de Muniz Sodré, 2014.

espacial de qualquer tipo de conhecimento. Mais ainda, ‘tomar posição’ significa pensar sobre o enquadramento da ciência a partir de paradigmas que situam a relação do sujeito com o real e o objeto a ser conhecido. Assim, ainda retomando Martino (2003:74),

...os tipos de epistemologia são estabelecidos como tipos de problemas epistemológicos, que fundam os grandes movimentos desse ramo da filosofia (...) o que permite dizer que não é mais o caso de propor uma *representação neutra* do campo epistemológico, como se este fosse perfeitamente transparente ao olhar do observador (...) (destaque é nosso)

A essa pertinente argumentação, adensamos o que Ianni (2003) explica sobre como a sociedade “tem sido interpretada principalmente em termos de *sistema, mundo da vida* ou *história*”. A “não transparência do olhar do observador” como diz Martino significa que, de modo geral, conforme Ianni, as ciências sociais têm sido estudadas a partir do conjunto teórico, conceitual e metodológico dos três paradigmas centrais. E dessa forma, trata-se de “três epistemologias distintas”. Segundo Ianni (2003:336),

cada uma compreende determinada concepção da realidade social, em seu tecido e em seus movimentos, em sua composição e dinâmica, em sua apreensão das formas de sociabilidade e jogos de forças sociais, em sua forma de taquigrafar os componentes relações, processos e estruturas, em suas possibilidades de articulações e desarticulações no que se refere a indivíduo e sociedade, biografia e história, objetividade e subjetividade. Cada uma compreende determinada noção de totalidade, em suas implicações empíricas e lógicas. (...) conjugam-se de modo muito peculiar, conforme se trata de uma perspectiva sistêmica, fenomenológica ou histórica.

Dito de outra maneira, a discussão epistemológica é uma “tomada de posição” visto que suas premissas se enquadram a partir dos paradigmas acima explicitados por Ianni. Trata-se de contextualizar nossa condição e capacidade de produção de conhecimento sobre o real histórico e nossa posição e visão em relação a esse real histórico, dando-nos a condição de sujeitos. Nesse sentido, a reflexão epistemológica deverá comportar tomada de posição e visão crítica no que diz respeito às teorias – conceitos e métodos – que atravessam e constroem os objetos que se dão a conhecer.

Para ilustrar esses pressupostos introdutórios, cabe destacar, como exemplos, dois artigos³ de áreas de conhecimento distintas – Filosofia e História – que tratam das ‘tomadas de posição’, anteriormente referidas, para explicar como o conflito entre paradigmas incide nas abordagens epistemológicas. O primeiro exemplo trata da clássica crítica que Karl Marx faz a David Ricardo, (em: *Teoria da mais valia* e *O Capital*) no que diz respeito à concepção desse pensador sobre o *lucro* e o *equilíbrio automático do mercado*⁴. Para Marx, o erro epistemológico de Ricardo se dá por confundir o lucro industrial com a mais-valia, e não como uma fração dela; o fundamento da análise equivocada de

3. ANTUNES, Jadir. A crítica de Marx à epistemologia de Ricardo. *Revista de Filosofia* (PUCPR), v. 26, p. 183-199, 2008.

BITTAR, Marisa e FERREIRA Jr., Amarílio. História epistemologia marxista e pesquisa educacional brasileira. *Educação e Sociedade*, Campinas, vol. 30, n. 107, p. 489-511, maio/ago. 2009.

4. Aliás, este debate está muito atual, visto nosso Ministro da Fazenda, Joaquim Levy, como arauto do capital financeiro, pensar sanar as contas públicas pela lógica do *equilíbrio do mercado*.

Ricardo dá-se por sua tomada de posição, ou seja, um pensador burguês “que imagina que a forma de produção capitalista é uma forma natural e não uma forma socialmente determinada” (Antunes, 2008, p. 184). Ou seja, a ‘tomada de posição’ de David Ricardo, economista do liberalismo, o impede de aprofundar a análise sobre o que é o ‘lucro’ e sobre o ‘funcionamento do mercado’ no capitalismo.

No outro exemplo, da História, os autores Bittar e Ferreira Jr. (2009:491) discutem como a denominada pós-modernidade faz emergir paradigmas que menosprezam as relações necessárias entre totalidade e particularidade, pregando a implosão do conhecimento científico. Os autores salientam que:

Para os chamados paradigmas epistemológicos emergentes, a história da sociedade humana não se explica pelas relações sociais de produção; pela lógica do desenvolvimento das forças produtivas; pelo conflito que se estabelece entre as classes sociais antagônicas; pelo papel de controle econômico e ideológico que o Estado assume no âmbito da sociedade de classes; pela relação dialética existente entre sociedade civil, sociedade política e Estado; pela capacidade de autonomia e criatividade que as instituições superestruturais gozam frente às relações sociais de produção da vida material. Na perspectiva dos “novos paradigmas”, esses traços mais estruturais das sociedades humanas perderam a sua validade no processo de construção do conhecimento histórico. (Bittar e Ferreira Jr., 2009:491)

Para os autores, esse tipo de proposição faz retardar as pesquisas no campo científico e tem prejudicado um pensamento crítico na área. Eles criam a falsa noção de que não há qualquer procedimento de fundo objetivo que se possa adotar na produção do conhecimento.

Esses exemplos, a propósito trazidos de outras áreas, mostram o quanto este debate é pertinente e, muitas vezes, aparece desfocado na área da comunicação; travestido de uma noção restrita às injunções institucionais e de institucionalização. Ou ainda, nega-se o critério de cientificidade devido a não adequar-se a mecanismos que garantam transparência e emergência de uma verdade, conforme já salientou Martino (2003).

A partir desses pontos introdutórios, temos também a oportunidade de tomar posição e enunciamos o objetivo de, neste artigo, problematizar o conceito de comunicação a partir do binômio comunicação e trabalho; explicar como a ontologia do ser social contribui para a construção do objeto do conhecimento em nossa área; indicar os conceitos chave que possibilitam uma construção teórica pertinente; e discutir alguns resultados de nossas pesquisas.

COMUNICAÇÃO E TRABALHO NA PERSPECTIVA DA ONTOLOGIA DO SER SOCIAL

Entre os três paradigmas, acima expressos por Ianni (2003), identificamo-nos com o histórico, precisamente o materialismo histórico, que tem como pressuposto que o conhecimento sobre as sociedades e sobre as relações sociais e, daí sobre a comunicação, se dá a partir do estudo que considere as relações de produção; a lógica do desenvolvimento das forças produtivas; o conflito que se estabelece entre as classes sociais antagônicas; o papel de controle econômico e ideológico que o Estado assume no âmbito da sociedade

de classes; a relação dialética existente entre sociedade civil, sociedade política e Estado (Bittar, Ferreira Jr, 2009).

Essa 'tomada de posição' tem como consequência situar a comunicação como objeto científico para além das demandas que a restringem à sinonímia de meios de comunicação. Esta posição é defendida mesmo que e apesar de, conforme Sodré (2014), tenha sido largo o desenvolvimento dos meios técnicos de transmissão da informação, no século XX, como fator de irrupção dos estudos sobre o poder, os efeitos, as competências e estratégias dos meios de comunicação em relação ao emissor, aos códigos e ao receptor/público-alvo.

Desse modo, 'tomar posição' pelo estudo da comunicação para além dos 'meios'(inclusive com eles) nos remete ao objeto central dessa área de estudos, qual seja, problematizar o que é comunicação. Assim como para outras áreas das ciências humanas e sociais há objetos próprios, como por exemplo, na psicologia – o que é a psique humana?; na linguística – o que é a linguagem verbal?; na antropologia – o que é cultura(s) humana?; na sociologia – o que é sociedade?

De certo, essas são perguntas gerais e genéricas e dão origem a constructos teóricos característicos, também delineados a partir de posições paradigmáticas. Assim, para a área da comunicação, a pergunta que constrói o próprio objeto teórico é – o que é comunicação? Dessa questão derivam todas as outras infinidades de possibilidades de perguntas teóricas e de construções de objetos empíricos.

A resposta fundamental que se dá a esta questão funda a área da comunicação, demarca a partir de que lugar de fala o pesquisador enuncia os problemas que, para ele, emergem como problemas a serem objeto de pesquisa. Dessa forma, deve-se tomar a comunicação como problema e para isso é pertinente aproximar a comunicação à atividade de trabalho. Ambas, comunicação e trabalho, são atividades ontológicas que constituem a espécie humana, diferenciado-a de outras espécies. Comunicação e trabalho fazem parte da ontologia do ser social (Lukács, 2010), ou seja, são o fundamento da formação sócio-histórica da natureza humana; conformam nossa subjetividade e as relações sociais. Na perspectiva do materialismo histórico dialético, a ontologia estuda o ser humano, tendo como premissa observá-lo como um ser real, concreto, histórico e dialeticamente constituído no processo da filogênese e da ontogênese. A comunicação e o trabalho são os elementos que dão ao homem a sua característica de ser simbólico, capaz de representação, de planejamento, de discernimento espaço-temporal. Essa característica faz do ser humano o construtor de um meio próprio que se transforma na medida em que as relações entre os homens e suas necessidades são discernidas, elaboradas e superadas. Nas palavras de Lukács

para o homem, em sua práxis, não só as coisas [*Gegenstände*] concretas, em cuja existência e elaboração está baseado o metabolismo da sociedade com a natureza, convertem-se em objetos [*Objekten*] com que ele passa a se defrontar como sujeito da práxis social, mas também as formas de sociabilidade daí resultantes fazem surgir, em última análise, como destacou Marx, a sua própria generidade como conjunto das relações sociais. Essa mudança se revela, de maneira expressiva, no fato de que na linguagem surge uma forma de comunicação totalmente nova entre exemplares do gênero. (2010:82-83)

Esse salto de qualidade em que o ser humano humaniza-se e se torna singular por meio da práxis – trabalho que transforma o objeto natural em objeto social e cultural – é todo ele também fundado na relação com outros homens em comunicação, inicialmente de sinais, gestos que permitem a ação concreta. A inter-relação de linguagem e pensamento, conforme comprovou Vigostki (2005), depende de um processo que culmina com a abstração entre o real e sua representação, ou seja, o significado. E, nesse sentido, a posição de Vigotski corrobora com a afirmação de Marx,

a linguagem é tão antiga quanto a consciência; a linguagem é a consciência prática, real, que existe igualmente para outros homens, e apenas assim existe para mim também; a linguagem, como a consciência, somente emerge a partir da carência, da necessidade de interação com outros homens (MARX, ENGELS, 1979:43)

Essa relação manifesta na linguagem e dada por trabalho e comunicação surge, conforme Eagleton (1999: 11), “a partir da necessidade, como uma dimensão necessária do trabalho coletivo (...)” e tem potencialidade para extrapola-la, por exemplo, no caso da arte literária.

O ser social, que se constitui a partir da comunicação e do trabalho, estabelece relações de produção ao mesmo tempo que relações de comunicação, criando o meio social de vida (sociedade, instituições), e assim a sua própria subjetividade.

Nesse sentido, a comunicação, desde sua intrínseca conexão com a atividade de trabalho que funda a espécie, precisa ser estudada na dimensão de sua relevância para as relações sociais, na perspectiva dos eixos complexos que situam o seu desenvolvimento histórico, político-econômico, cultural e de sociabilidade, ou seja, como relações de comunicação cuja complexidade aumenta quanto mais complexa se torna a vida em sociedade. Explicitamente, não só como técnica do ‘fazer, persuadir, encantar’; mas como determinante das relações sociais, nas relações de produção e circulação de bens. A pergunta o que é comunicar ?, portanto, é dimensionada por essa determinação. Os projetos de investigação, quais forem seus objetos empíricos, têm como pressupostos teórico-conceituais a compreensão da comunicação como constitutiva da ontologia do ser social; como relações de comunicação.

Ao chegarmos a esses termos da discussão epistemológica e teórica, cabe avançar na explicação do binômio comunicação e trabalho. Para isso é preciso ainda tratar dos conceitos de trabalho e de sujeito.

Trabalho, como uma categoria ontológica, é a atividade para suprir as necessidades da vida individual e social. Eagleton manifesta-se sobre o tema expondo a seguinte concepção: “A antropologia política de Marx está enraizada numa concepção muito ampla de trabalho, a saber, na noção de corpo humano como fonte de vida social” (1999:26). Eagleton explica ainda:

À medida que a vida social fica mais complexa, o trabalho se torna inevitavelmente mais especializado, com formas diferentes divididas entre produtores diferentes. Essa é uma maneira de desenvolver e aperfeiçoar as forças produtivas; mas também envolve para Marx um tipo de alienação em que os poderes humanos são realizados de um modo deformadoramente unilateral, em contraste com seu ideal do indivíduo versátil que mobiliza uma grande riqueza de talentos. (1999: 27)

Entende-se desse enunciado que há contradição entre a plena realização pelo trabalho, atividade criativa e criadora de vida e cultura, e a divisão e exploração do trabalho, como valor de uso e valor de troca, mercadoria da qual se origina a mais-valia. Essa contradição – trabalho como potencial de realização e trabalho como forma de exploração – manifesta-se também na comunicação. Na sociedade em que as relações de produção são aquelas que submetem a maioria sob as ordens e os interesses de uma minoria, os processos comunicacionais manifestam tal contradição. O humanismo radical de Marx vê a potencialidade humana em todos os homens sem distinção, mas a sua realização depende das condições concretas e históricas da luta de classes.

Assim, as questões epistemológicas colocadas para as pesquisas em comunicação, orientadas pelo materialismo histórico dialético, permitem elevar essa área de estudos à condição de compreender os temas centrais que desafiam a sociedade contemporânea. Como se dão as relações de comunicação na sociedade de classes? Como as relações de comunicação instituem sujeitos críticos? Qual é o potencial dos meios de comunicação como meios de produção, sobretudo com a internet e as redes sociais? Como as transformações no mundo do trabalho se conjugam com as relações de comunicação no trabalho? São essas algumas entre outras tantas problemáticas de pesquisa.

Tratar das relações de comunicação pressupõe sujeitos em interação, em relação, em disputa de sentidos e de ações. A literatura mal informada sobre a obra de Marx afirma que o conceito de sujeito nela não existe, o indivíduo seria sempre assujeitado, alienado, incapaz de atitude. Essa leitura simplista e estereotipada ignora que a radicalidade do humanismo de Marx é o valor que norteia seus estudos sobre o capital. O indivíduo/social, histórico e concreto é produto das relações sociais. Eagleton afirma:

A humanidade, portanto, não é apenas o produto determinado de suas condições materiais; se fosse, como poderia Marx ter esperança de que ela pudesse algum dia transformá-las? Ele não é um materialista ‘mecânico’, como, digamos, Thomas Hobbes, que vê a consciência como mero reflexo das circunstâncias, mas um materialista histórico no sentido de que deseja explicar a origem, o caráter e a função das ideias em termos das condições históricas nas quais estão inseridas. (1999:18)

Nas palavras do próprio Marx, em seus *Escritos econômicos e filosóficos*,

O homem – muito embora se revele assim como indivíduo particular, e é precisamente esta particularidade que dele faz um indivíduo e um ser comunal individual – é de igual modo a totalidade, a totalidade ideal, a existência subjectiva da sociedade enquanto pensada e sentida. Ele existe ainda na realidade como a intuição e o espírito real da existência social, como uma totalidade da manifestação humana da vida (1993: 196)

O sujeito, portanto, é o indivíduo/social, ser histórico concreto, que se posiciona em relação aos embates das lutas entre as classes sociais e sofre esses embates, como as injunções do trabalho explorado e do poder do capital. É este o sujeito da comunicação, o ser social que diz “eu” e identifica ou escamoteia o “outro” da comunicação. Nesse sentido, as relações de comunicação revelam os conflitos e as contradições sociais. A comunicação não tem por si mesmo o papel de criar consenso. Estudar a comunicação no mundo do trabalho, na perspectiva do binômio comunicação e trabalho, é identificar

os sujeitos sociais e as contradições, conflitos (do trabalho) na sociedade contemporânea; é entender as relações de comunicação entre os sujeitos sociais como totalidade que revela a sociedade.

Para firmar os aspectos teóricos e conceituais acima discutidos, cabe mais uma palavra sobre o pensador contemporâneo que proclamou ser a sua análise sobre a ação e a razão comunicativas uma teoria da comunicação, J. Habermas. De início, é preciso firmar que Habermas enuncia sua teoria a partir de tomada de posição de um paradigma diferente do materialismo histórico (inclusive o contesta). Habermas ([1981]2012) articula Weber, Parsons e Piaget, mais a pragmática linguística, para criar sua teoria que afirma negar a racionalidade técnica e teleológica, para recriar a racionalidade comunicativa. Seu lastro fundamental está numa determinada concepção de linguagem verbal e de qual é o papel da linguagem (função e estrutura) no desenvolvimento humano. Para Habermas, a comunicação, por meio da linguagem, é a categoria que funda a espécie humana, e não a atividade de trabalho. Para Habermas ([1981] 2012) a racionalidade não teleológica estaria na linguagem que, por si, em sua essência, requer o entendimento e, para tal, constrói lógica própria e racional. A simplificação a que somos obrigados aqui neste texto é, como toda simplificação, limitadora da riqueza explicativa da produção teórica do autor. Mas apresenta o cerne daquilo que Habermas justifica como a racionalidade comunicativa, ou seja, a possibilidade de criar consenso e permitir uma ação racional voltada para o bem comum. Para ele, as tarefas da modernidade iluminista não foram ainda cumpridas e podem sê-lo, do ponto de vista de um poder e de um fazer social e político, a partir da comunicação.

Nesse sentido, Habermas coloca a comunicação num patamar que extrapola a propedêutica profissionalizante, embora sua tomada de posição não lhe permita enxergar como o trabalho permeia e institui as relações de comunicação na espécie humana. Dessa forma, o autor resvala para uma visão idealista do potencial comunicativo fora da objetividade dos conflitos sociais dados no movimento da história. Ou seja, ele acaba adotando uma explicação teleológica para a linguagem, motivo de sua crítica ao trabalho. Se a linguagem em si tem como finalidade a racionalidade para o consenso e o entendimento; a crítica ao trabalho por ser uma categoria determinada por fins econômicos perde sentido, visto que, em sua explicação sobre a linguagem e a comunicação, encontra-se também uma concepção teleológica, com finalidade política e econômica.

Os enquadramentos teóricos e conceituais até aqui explicitados são expressão da forma como temos abordado as problemáticas de pesquisa. Nossa trajetória tem se dado no sentido de buscar respostas para a questão o que é a comunicação? e, sobretudo, o que é a comunicação no mundo do trabalho? O enquadramento teórico então está presente na abordagem do que seja a comunicação e também nos objetos empíricos, ao tomarmos o mundo do trabalho como o *locus* de nossos interesses de investigação.

AS INVESTIGAÇÕES DO CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E TRABALHO

O Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) tem por objetivo compreender como as relações de comunicação organizam, constroem e transformam as redes de sentido no mundo do trabalho em permanente mudança. A pesquisa, publicada

no livro *Comunicação e Trabalho. Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação* (Fapesp, 2001), dá os primeiros passos para o desenvolvimento da proposta de estudo do binômio comunicação e trabalho. Trata-se de estudo de recepção com operários da indústria Mercedes-Benz e no qual, por meio do perfil desses trabalhadores e de seus depoimentos, constata-se a relevância do mundo do trabalho da fábrica nas relações de comunicação daqueles trabalhadores e, portanto, nos sentidos construídos a partir de tais relações. Também é o momento em que inauguramos uma proposta metodológica apoiada em métodos e técnicas quantitativas e qualitativas⁵.

O período de formalização do Centro de Pesquisa decorre no processo de execução da pesquisa *Comunicação e Trabalho. A construção dos sentidos do trabalho pelos receptores dos meios de comunicação* (com apoio da Fapesp), cujos resultados estão publicados no livro *Relações de comunicação no mundo do trabalho* (2008). Trata-se de estudo de recepção com trabalhadores de duas grandes empresas: uma de serviços de telefonia e outra uma indústria metalúrgica. Aplicam-se instrumentos quantitativo e qualitativo de pesquisa, com o objetivo respectivamente de construir um mapa de perfil e consumo cultural e obter relatos sobre a comunicação no trabalho para análise do discurso. A pesquisa teve o objetivo teórico de discutir a centralidade da categoria trabalho na contemporaneidade e polemizar com os conceitos de ação comunicativa e razão comunicativa, cunhados por Habermas ([1981]2012).

Os dois estudos de recepção acima resumidos permitiram avançar na problemática da comunicação no mundo do trabalho, revelando a complexidade das relações de comunicação e de como essas relações são permeadas pelos fatores pertinentes às posições de classes sociais. Também em ambas as pesquisas, tratamos de compreender o conceito de comunicação para além dos meios tecnológicos e aprofundamos nossa reflexão sobre o sujeito social, sobretudo, por meio da análise do discurso.

No mesmo rumo e dando prosseguimento ao projeto de estudar a comunicação no mundo do trabalho, realizamos a pesquisa *Comunicação e Trabalho. As mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*. Para essa investigação, contamos com apoio da Fapesp e publicamos parte dos resultados no capítulo *Perfil sociocultural dos comunicadores: conhecendo quem produz a informação publicitária*, publicado no livro *Trabalho em publicidade e propaganda*, organizado por Vander Casaquei, Manolita Correia Lima e Viviane Riegel (2011). Nesse estudo, observamos as relações de comunicação nas empresas de radiodifusão, imprensa, publicidade e internet com o objetivo de conhecer as mudanças que vêm se dando no processo de trabalho, na produção cultural e nas relações interpessoais de comunicação. Coube às empresas da indústria cultural alteração profunda com a fusão de produtores de conteúdos diversificados e, depois, de produtores de conteúdos com produtores de tecnologias. Verificamos que as tecnologias digitais, a organização da produção cultural e o perfil do comunicador são fatores diretamente implicados nas mudanças no processo produtivo e nas relações de comunicação. Verificamos ainda que foi na arena discursiva que se promoveram os maiores embates e se conseguiram vitórias expressivas em favor da reestruturação flexível e polivalente do mundo do trabalho.

5. Sobre os aspectos metodológicos de nossa proposta conferir o artigo "A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho", Revista Fronteiras, vol. 16, n. 2, 2014. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.162.06>. Acesso: 03/030/2015.

A penúltima pesquisa da série foi *O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo. Um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo*, realizada entre 2010 e 2012 e publicada no livro *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista* (2013). Essa investigação realiza levantamento sobre o perfil dos jornalistas profissionais no Estado de São Paulo, e estuda o ponto de vista do profissional sobre o seu trabalho. A pesquisa aborda o objeto empírico a partir de métodos da triangulação metodológica para colher os relatos sobre as práticas profissionais. Obtém-se como resultado um mapa do perfil do jornalista e o ponto de vista deste profissional sobre seu trabalho, especialmente no que diz respeito a sua identidade no trabalho, as rotinas produtivas, as condições de trabalho e a compreensão dele da relevância do jornalismo para os cidadãos. Os resultados possibilitam ainda entender qual o compromisso do jornalista com o direito à informação. A dificuldade de o profissional entender-se parte de um processo econômico, no qual os meios de comunicação são eles mesmos meios de produção (WILLIAMS, 2011). A articulação do binômio comunicação e trabalho permite estudar os sentidos das relações de comunicação e com isso entender a relevância do trabalho para os jornalistas.

Atualmente, está em andamento o projeto de pesquisa *Comunicação e a Censura no mundo do trabalho*. Sobretudo, interessa-nos estudar a censura como forma de apagamento das expressões contra hegemônicas no mundo do trabalho. A proposta é observar, mapear e analisar os deslocamentos de sentido das práticas censoras, advindos das mudanças na base sociotécnica, no mundo do trabalho. Justifica-se o estudo, entre outros motivos, devido às diferentes formas que o cerceamento à informação e à livre expressão tem adquirido. Investigações realizadas, em 2012, pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias de Informação e Comunicação, denominada TIC Empresas 2012, mostram que 69% das empresas brasileiras com dez ou mais funcionários têm algum tipo de medida de restrição ao acesso de funcionários a determinados conteúdos da Internet, bem como ao uso das redes sociais. Essas práticas suscitam discussões sobre se é ou não direito da corporação controlar o uso dos meios virtuais de comunicação; se essa prática se constitui em censura ou não. Pergunta-se: se as corporações têm assumido o papel de controlar os meios de acesso à comunicação de seus funcionários e clientes, qual é o papel do Estado nessa nova conjuntura? Em que se traduz o direito à informação? Tais questões são discutidas em busca do entendimento dos deslocamentos de sentido e das práticas censoras e da conceituação pertinente aos desafios do momento.

Além dos projetos descritos, os pesquisadores⁶ do CPCT, mestrandos e doutorandos do programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP, têm realizado, a partir do binômio comunicação e trabalho, suas dissertações e teses, com contribuições efetivas para a área de estudos.

6. Cito apenas os trabalhos, já defendidos, por meio do nome de seus autores, William de Andrade, Sérgio Picciarelli Jr. Marcello Magalhães, Claudia Nonato Lima, Edilma Rodrigues, Janaina Visibeli Barros, Luciana Félix, José Muniz Jr. Adaci Rosa da Silva, Rafael Grohmann e Claudia Rebechi.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da reflexão epistemológica temos como eixo de nossa tomada de posição o objeto: o que é comunicação? Tema que extrapola o estudo dos meios, sem abandoná-los, compreendendo-os na dinâmica das relações de comunicação. Esse enquadramento toma comunicação e trabalho como aspectos fundantes da ontologia do ser social, abrindo uma perspectiva de investigação teórica e metodológica inovadora para a área da comunicação, no sentido de fazê-la extrapolar a propedêutica profissionalizante.

Tratar da pergunta o que é comunicação por meio do binômio comunicação e trabalho significa fazer opção por um caminho de pesquisa que seleciona o mundo do trabalho como objeto empírico e trata-o conceitualmente como *locus* específico para se observar as relações de comunicação, compreendendo-as na complexidade dos dispositivos contextuais, tecnológicos, humanos e econômicos.

As pesquisas já realizadas têm apresentado resultados que comprovam a adequação da abordagem teórico-metodológica que implica estudar as relações de comunicação por meio de triangulação metodológica, com a combinação de técnicas quantitativas e qualitativas de pesquisa. As pesquisas têm comprovado a relevância dessa tomada de posição e proporcionado resultados bastante instigantes que nos animam a prosseguir.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Jadir. A crítica de Marx à epistemologia de Ricardo. *Revista de Filosofia* (PUCPR), v. 26, p. 183-199, 2008.
- BITTAR, Marisa e FERREIRA Jr., Amarilio. História epistemologia marxista e pesquisa educacional brasileira. *Educação e Sociedade*, Campinas, vol. 30, n. 107, p. 489-511, maio/ago. 2009.
- CASAQUI, Vander, LIMA, Manolita C., RIEGEL, Viviane. *Trabalho em publicidade e propaganda*. São Paulo: Atlas, 2011.
- D'ALESSIO, Lucrécia. (org.). *Os nomes da comunicação*. São Paulo: AnnaBlume, 2012.
- EAGLETON, Terry. *Marx e a liberdade*. Coleção Grandes Filósofos. São Paulo: Unesp, 1999.
- FIGARO, Roseli. *Comunicação e trabalho*. Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Fapesp/Anita, 2001.
- . *Relações de comunicação no mundo do trabalho*. São Paulo: AnnaBlume, 2008.
- , NONATO, Claudia, GROHMANN, Rafael. *As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas*. São Paulo: Atlas, 2013.
- HABERMAS, Jürgen. *Teoria do agir comunicativo*. Vol. I e II. [1981] São Paulo: Martins Fontes, 2012.
- IANNI, Octavio. A sociedade mundial e o retorno da grande teoria. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. (org.) *Epistemologia da comunicação*, São Paulo: Loyola, 2003. P.331-345.
- LUKÁCS, György. Prolegômenos para uma ontologia do ser social. São Paulo: Boitempo, 2010.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. (org.) *Epistemologia da comunicação*, São Paulo: Loyola, 2003.
- MARTINO, Luiz Claudio. As epistemologias contemporâneas e o lugar da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. (org.) *Epistemologia da comunicação*, São Paulo: Loyola, 2003.p.69-101.

- MARX, Karl. *Escritos econômicos e filosóficos*. Lisboa: Edições 70, 1993.
- MARX, Karl, ENGELS, Friedrich. *A Ideologia alemã*. São Paulo: Ciências Humanas, 1979.
- RÜDIGER, Francisco. *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação*. Trajetória história e elementos de epistemologia. São Leopoldo: EdUnisinos, 2002.
- SODRÉ, Muniz. *A ciência do comum*. Notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.
- VIGOTSKI, Lev. *Pensamento e linguagem*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- WILLIAMS, Raymond. *Cultura e materialismo*. São Paulo: EdUnesp, 2011.